

주요국의 공정거래제도 운영

본 협회 조사부

미 국

콜로라도 자동판매기 프랜차이즈, FTC 기소에 대해 과징금을 내기로 합의

미국 연방거래위원회는 North American Marketing Systems, Inc.와 그 회사의 소유자인 Patrick Wherley이 gumball 자판기 사업 희망자에게 필요한 정보를 제공하지 않았다는 이유로 이들을 기소하였다. 연방거래위원회 프랜차이즈 규정은 계약 전에 프랜차이즈에게 상품광고와 관련한 정보를 공개할 것 등을 요구하고 있다. North American Marketing Systems, Inc.와 그 회사의 소유자인 Patrick Wherley는 자신의 혐의를 인정하고 연방거래위원회의 기소에 대해 3만 3천 달러를 지불하기로 합의하였다.

최근 연방독점금지국은 '사기적 영업기획의 제공'에 관한 광고에 대해 전국적인 단속(Project Biz-illion\$)을 벌이고 있는데, 이 사건도 이러한

영업방식의 규제와 관련이 있다. 이와 같은 영업방식의 예는 "집에서 손쉽게 할 수 있는 탁월한 사업", "당신의 직업을 유지하면서 1년 안에 투자금액의 5배 보장" 등의 표현을 쓰는 광고를 사용하여 구매자를 모집하고 있다. 이러한 광고에 의해 모집되는 대부분의 프랜차이즈 사업은 지하철, 버스 등의 대중교통수단이나, 백화점 도로 등에 위치한 광고판을 사서 임대하는 사업 혹은 자동판매기 사업, 1회용 휴대용 전화 판매사업, 전화를 이용한 신종 신용사기 방법에 의한 사업 등으로 분류된다. 연방거래위원회의 요구에 따라 연방독점금지국은 이 사건의 피고들을 이러한 프랜차이즈 사업에 대한 전국적인 단속의 한 부분으로 기소를 한 적 이 있다.

이 사건에서의 피고들은 자신들과 연방거래위원회 사이의 합의 안에 포함되어 있는 조건들에 따라 연방거래위원회 프랜차이즈 규정 위반 및 영업 아이디어 판매와 관련한 허위 유인적 표시가 금지된다.

6월 8일 발표된 그 합의안은 연방거래위원회가 "사기적인 영업방식의 판매에 대한 단속(Project Biz-illion\$)"의 일부분으로 연방독점금지국에 소송을 의뢰했던 22개 사건 중의 하나인 이 사건을 종결하는 것을 내용

으로 하고 있다. 대부분의 "Project Biz-illion\$" 소송들처럼 이 사건은 1회용 핸드폰 사업, 자판기, 지하철이나 버스 등의 선반광고판 등에 대한 일간신문의 안내광고란에 영업판매 광고를 한 피고인들에 대해 제기 되었다.

연방거래위원회에 따르면, 콜로라도주 Littleton에 본사를 둔 이들은 구형 가스 펌프기를 담은 gumball 자동판매기를 선전하고 판매하면서 다음과 같은 내용이 들어 있는 광고문을 게재 하였다.

*** 반드시 팔립니다 ***

지방총판 주/\$1000 수익 잠재성
단돈 \$4995 투자

잠재적 투자자들이 광고에 게재된 수신자부담 전화번호에 전화를 하면, 그들에게 "판매 ... 성공적인 삶"이라는 타이틀이 붙은 인쇄물, 소개서, 구매계약서, "판매전망"이라고 명명된 오디오 테이프, 그리고 gumballs의 견본 등을 포함한 선전물들이 배달되었다. 피고 회사는 소비자에게 4개의 각각 다른 구매방법을 제공했다. 방법 A는 9,495 달러에 8개의 판매기계, 방법 B는 16,995 달러에 16대의 판매기계, 방법 C는 24,995 달러에 24대의 판매기계, 방법 D는 32,000 달러에 32대의 기계를 제공하는 방식으로 이루어져 있다. 장래 구매자들은

gumball 기계의 참신함 때문에 가장 최적의 자판기 설치장소를 얻을 수 있을 것이라는 얘기를 들었다.

연방거래위원회는 피고인들의 선전 책자가 구매자들이 각 판매기계로부터 얻을 것으로 예상할 수 있는 장래의 구체적인 수입액에 대한 주장을 포함하고 있다고 실시하고 있다. 그러나 연방거래위원회의 고소장은, 피고인들은 자신들이 광고한 소득을 올리고 있는 이전 구매자들의 숫자와 퍼센티지를 포함하는 그 소득광고에 대한 서면입증 및 관련 정보를 구매자들에게 제공하지 않았다고 지적하고 있다. 연방거래위원회 프랜차이즈 관련규정에서는 프랜차이즈의 소득관련 광고를 하는 경우에는 반드시 실증자료를 첨부하도록 규정하고 있다.

합의안에서는 과징금과 더불어 연방거래위원회 프랜차이즈 규정을 앞으로는 위반하지 말 것도 내용으로 하고 있다. 이에 따라서 영업허가의 판매와 관련하여 기만적이고 유인적인 표시, 피고인들의 고객명단 판매가 금지된다. 법원의 승인을 받아야 하는 이 합의안 안에는 연방거래위원회가 피고인들의 공모자들을 감시할 때 유용하게 쓰일 수 있는 다양한 기록유지의무와 보고 의무 등도 포함하고 있다.

제안된 합의안을 연방법무성에 송부하기 위한 위원회의 표결은 5-0으로 통과되었다. 합의안에 기입된 판결과 명령은 콜로라도지구 연방지방법원에 송부될 것이고, 2001년 6월 18일 법원은 이를 승인할 것으로 보인다.

2001. 6. 8. 미 연방거래위원회 발표

미쯔비시사, 국제적 가격 카르텔 공모에 참가한 혐의로 1억 3천 4백만 달러의 벌금형 선고

연방법무성은 일본 미쯔비시사가 국제적인 흑연전극 가격조정 카르텔에 참가한 혐의로, 1억 3천 4백만 달러의 벌금을 선고받았다고 5월 10일 발표하였다. 이 벌금은 이번 흑연전극 카르텔조사에서 부과된 벌금액수 중에서 두 번째로 큰 액수이고, 반독점사건에서 부과된 중에서는 4번째로 큰 벌금액이다.

미쯔비시사는 2001년 2월 12일부터 2주간에 걸쳐 미국 필라델피아 지방법원의 배심재판을 받았다. 이 재판에서 적어도 1992년 3월에 시작하여 1997년 6월까지 미국과 그 밖의 지역에서 흑연전극의 가격담합을 위한 전 세계 주요 제조업자들 간의 공모를 하고 교사한 혐의가 있다는 판결을 받았다. 이 사건은 직접 참가자가 아닌 지원자에 대한 벌금 부과라는 측면에서 볼 때 막대한 벌금액을 기록하고 있는데, 이런 면에서 상징적인 판결로 평가되고 있다.

2001년 4월 19일 그 판결의 결과에 따라 연방법무성 독점금지국과 미쯔비시사는 법원에 미쯔비시 사에 대한 1억 3천 4백만 달러의 벌금을 공동 제안하는 합의에 도달하였다. 이러한 공동제안은 2001년 5월 10일 미국 필라델피아 지방법원의 Marvin Katz

판사에 의해 승인되었다.

1991년 2월부터 1995년 1월까지 미쯔비시사는 세계에서 가장 큰 흑연전극 제조업자인 UCAR International의 지분 50%를 소유하였다. 기소장에서는 미쯔비시사가 다음과 같은 행위에 의해 카르텔을 형성·실행하는데 원조하였다고 밝히고 있다.

- UCAR이 경쟁자들과 회합을 가지고 흑연전극의 가격을 합의, 유지, 안정화시키기 위한 합의를 하는데 상담, 유도, 조장
- UCAR과 Showa Denko, Tokai, SEC, 및 Nippon을 포함한 경쟁자들 사이에서 공모를 위한 회의와 의사교환에 대한 지원제공, 조장, 준비
- Showa Denko, Tokai, 및 SEC를 대신하여 위에 언급된 공모에 따른 가격으로 흑연전극을 판매
- 이들 공모가 계속되도록 하기 위해 고객이나 다른 자들에게 공모의 존재를 숨긴 행위

또한 미쯔비시는 몇몇 공모자들을 대신하여 흑연전극을 판매하는 판매자로서 그리고 UCAR의 50% 지분 소유자로서 카르텔에 의한 이익을 얻었다.

연방독점금지국의 법무보좌관인 John M. Nannes는 "미쯔비시의 기소와 1억 3천 4백만 달러의 벌금은 미국사업자 혹은 소비자에 대한 가격을 상승시키는 국제적인 카르텔에 참가하거나 고의로 원조하는 자들에 대한 강력한 경고 메시지가 될 것이다"라고 말했다.

이러한 국제 흑연전극카르텔 회합들에 대한 기소의 결과, 참가자들에 대해 모두 합쳐 3억 달러의 벌금을 부과하였다.

- 독일의 SGL Carbon AG (1억 3천 5백만 달러)
- 미국 코네티컷 UCAR International Inc. (1억 1천만 달러)
- 미국 남부 케롤라이나 Showa Denko Carbon Inc. (3천 2백 5십만 달러)
- 일본 Tokai Carbon Co. Ltd. (6백만 달러)
- 일본 SEC Corporation (4백 8십만 달러):
- 일본 Nippon Carbon Co. Ltd. (2백 5십만 달러).

그러나 세계에서 7번째 제조업자이며 피티스버그에 본사를 두고 있는 The Carbide Graphite Group은 이번 사건조사에 협조를 함에 따라, 회사와 그의 임원들은 사면을 받았다.

그 외 3명의 개인들도 가격공모 계획과 관련하여 유죄가 선고되었다.

- Robert P. Krass (전 UCAR 최고 경영자) (17개월의 금고와 1백 2십 5만 달러 벌금)
- Robert J. Hart (이전 UCAR 경영자) (9개월의 금고와 1백만 달러 벌금)
- Robert J. Koehler (SGL Carbon AG의 최고 경영자) (1천만 달러 벌금)

흑연전극은 철강을 제조하는 소규모 용광로의 전기로 안에 원주로 사용된다. 미국에서 이러한 방법으로 철강을 제조하는 방법이 가장 빠른 성장세에 있으며, 미국 내에서 생산되는 철강의 50%를 차지한다. 이 전극은 고철을 녹이고 철강을 정제하는데 필요한 강한 열을 발산한다. 미국 내에서 흑연전

극의 총 판매액은 공모기간 동안 1백 70억 달러 이상이었던 것으로 추정되고 있다. 미쯔비시사 판결은 독점금지국 필라델피아 지국과 필라델피아 연방거래위원회에 의해 수행된 조사의 결과이다.

2001. 5. 10. 미 연방독점금지국 발표

**연방독점금지국,
3D SYSTEMS사의 DTM사
인수 저지를 위해 소송
제기**

미국 연방독점금지국은 2001년 6월 6일 3D Systems사가 제출한 4천 5백만 달러 규모의 DTM사의 인수를 막기 위하여 반독점 민사소송을 제기했다고 발표했다. 연방법무성은 동 인수계획이 미국 내 고속 원형시스템의 가격을 상승시키고 기술혁신 가능성을 감소시키는 결과를 가져 올 것이기 때문에 금지되어야 한다고 주장했다. 고속원형시스템(Rapid prototyping :RP)은 컴퓨터 디자인을 3차원 물체로 변형시키는 과정으로 핸드폰에서부터 의학용 장비까지 다양한 제품의 디자인 과정을 고속화 시키는 방법이다.

워싱턴 D.C. 연방지방법원에 제기된 소장은 3D와 DTM이 산업계에서 가장 정교한 시스템을 제공하고 있고 산업용 고속원형시스템 소재의 개발과 제조에서 서로 직접적인 경쟁관계에 있음을 실시하고 있다. 이 혁신적인 고속원형시스템 기술발전은, 기계에 의한 공정을 거쳐 절삭하고 다듬는

이전의 원형물 생산방법을 성공적으로 대체했다. 이들 두 회사 사이의 경쟁은 이러한 기술발전을 배후에서 이끄는 원동력이 되어 왔다고 연방법무성은 말했다.

“이 인수계획은 미국에서 산업용 원형시스템의 생산과 판매 경쟁을 실질적으로 감소시킬 것이고, 이로 인해 가격상승과 기술혁신의 저하, 그 시스템을 구입하는 고객에 대한 더 낮은 서비스가 제공되는 결과를 가져 올 것이다”라고 연방독점금지국 법무보좌관 John M. Nannes는 언급했다. 그는 또 “이것은 합병법이 금지하는 전형적인 반경쟁적 문제이다”라고 말하고 있다. 소장에 따르면, 그 합병계획은 미국 내에서 두개의 가장 큰 고속원형시스템의 제조업자가 결합할 것을 예정하고 있고, 미국 내에서 산업용 원형시스템 경쟁자들의 수를 셋에서 둘로 줄이는 결과를 초래한다고 밝히고 있다. 또한 결합된 회사는 미국시장 안에서 연간 매출액 80%의 점유율을 차지하는 결과도 가져올 것이다.

이 산업용 기계들은 규모가 크고 가격은 수 십만 달러에 달하는데, 이것들은 주로 기능적 원형물, 장식적 무늬 삽입, 소규모 부품생산 등에 사용되고 있다.

3D Systems사는 본사를 캘리포니아주 발렌시아에 두고 있다. 3D는 고속원형시스템의 제조업자와 공급자들 중에서 주도적 역할을 하고 있고 이와 관련된 장비, 특히 물질, 관련 서비스에서도 역시 주도적인 위치를 차지하고 있다. 2000년 12월 31일 현재 미국 내 매출액 5천 9백만 달러, 전세계

매출액 1억 천만 달러를 차지하고 있다.

DTM은 본사를 텍사스주 오스틴에 두고 있는 기업으로서 고속원형시스템과 이에 사용되는 관련제품을 디자인하고, 제조·판매 지원하는 사업을 국제적으로 펼치고 있다. 2000년 12월 31일 말 현재 DTM은 미국시장에서 1천 9백만 달러, 전 세계에서 4천만 달러의 매출액을 유지하고 있다.

2001. 6. 6. 미 연방독점금지국 발표

E U

유럽위원회, 전기통신에 대한 경쟁법 적용 원칙 채택

유럽위원회는 전기통신서비스의 새로운 규제내용에 관하여 제안된 지침의 최종채택에 앞서 시장분석 및 현저한 시장지배력(Significant Market Power : SMP)의 추정에 관한 가이드라인 초안을 채택하였다. 가이드라인 초안은 각료이사회가 규제내용에 관한 지침(프레임워크지침)에서 제안된 SMP의 새로운 정의를 승인하는데 도움이 된다. 이것은 이제까지의 판례 및 유럽위원회의 전기통신분야에 있어서 그들의 실무에 기초로 하고 있다. 가이드라인의 최종판은 프레임워크지침이 최종적으로 채택된 때에 채택된다.

유럽위원회는 2000년 7월 12일 특히 업종별 규칙과 EC조약의 경쟁규칙 간의 일관성을 확보할 목적으로 전기통신서비스 및 네트워크에 관한 새로운 규제내용에 대한 지침을 제안하였다. 지침의 목적은 EC조약 제82조의 「지배적 지위」의 개념에 근거한 「현저한 시장지배력」을 가진 기업에 대한 새로운 정의를 규정하는 프레임워크지침 제13조에 따른 것이다. 지침 제14조는 또한 유럽위원회가 SMP 개념의 적용에 대하여 회원국 규제당국에 가이드를 주기 위하여 시장의 정의 및 현저한 시장지배력의 추정에 관한 가이드라인을 채택할 것을 규정하고 있다.

마리오 몬테, Erkki Liikanen 양 위원회의 공동발의에 이어 유럽위원회는 각료이사회로부터 - 제안된 지침 제13조에 관하여 합의에 이르기 전에 - 시장의 정의 및 지배에 관한 경쟁법상의 개념이 새로운 규제의 틀 밑에서 어떻게 적용될 것인가를 상세하게 설명하도록 요구를 받고 금일, 동 가이드라인 초안을 채택하였다. 회원국 규제당국은 사전규제를 사후적인 경쟁규칙에 적합시키게 하는 일관된 접근방법에 따라야 한다. 이것은 경쟁에 대한 규칙만이 적용되어야 한다는 완전히 자유화된 전기통신시장으로의 순조로운 이행을 보증하게 된다. 새로운 규제의 틀은 경쟁이 충분히 확보되는 것을 보증하는 한편 규제를 최소화함으로써 변화하는 시장상황에 대하여 요구되는 유연성 및 적응성을 보여주는데 있다 할 것이다.

가이드라인 초안은 유럽제일심법원, 유럽사법법원의 관련법률 및 특히 전

기통신시장에 관한 관련시장의 정의 및 단일, 공동의 지배적 지위에 대한 개념의 적용에 관한 유럽위원회 자신이 결정한 실무에 근거한 것이다. 초안은 회원국 규제당국, 경쟁당국 및 관련자에 의해 검토된다. 최종적인 가이드라인은 각료이사회 및 유럽의회가 프레임워크지침을 정식 채택하는 경우 유럽위원회에 의해 채택하게 된다.

2001. 3. 28. 유럽위원회 발표문

유럽위원회, 재판매 가격유지행위를 한 폭스바겐사에 과징금 부과

유럽위원회는, 독일 및 유럽 내에서 가장 큰 자동차 제조업체인 폭스바겐사가 독일 내에서 자신의 자동차 중개상들에게 1996년과 1997년에 걸쳐 자신이 제시한 권장소매가격 이하로는 자사에서 출시한 신형 파사트(Passat)를 판매하지 말도록 지시한 것에 대하여, 3천 96만 유로의 과징금을 부과했다. 이는 1998년 1월의 결정에 뒤이어 유럽위원회의 폭스바겐사에 대한 두 번째 결정이다. 폭스바겐사의 이러한 행위는 소매가격을 고정시키기 위하여 할인을 제한하는 조치이자, 경쟁을 강하게 제한하는 것이다. 따라서 이러한 행위는 가격고정행위를 금지하는 유럽공동체조약 제81조에 위반한 것이며, 자동차 유통에 적용될 수 있는 일괄예외조항에도 해당되지 않는다. 이 사건은 독일 내의 모든 폭

스바겐사의 중개상들을 상대로 행해진 조치이기 때문에 지난 몇 년간 독일 내에서의 가격비교는 실제로 의미가 없는 것이고, 여타 회원국의 폭스바겐사의 중개상들과 비교해 보아야 하는데 폭스바겐사의 자동차 가격은 영국을 제외한 모든 EU국가에서 보다 높은 것으로 나타났다.

EU 경쟁위원회 위원인 Mario Monti는 “이번 결정은 경쟁정책이 궁극적으로는 소비자의 이익을 위한 것이라는 사실을 한 번 더 명백히 보여준 것이다. 또한 재판매가가격유지행위와 관련된 이번 결정으로서, 수직적 거래 제한 분야에서 재판매가가격유지행위에 대한 유럽위원회의 엄격한 입장을 확인한 것이다”고 밝혔다. “불행하게도 이번 사건에서는 일괄예외조항이 고려되지 않은 사례였다. 폭스바겐사가 행한 조치는 스스로 가격을 결정할 수 있는 중개상들의 자유를 명백하게 제한했으며, 중개상들의 행위를 변화시킴으로써 독일 국민뿐만 아니라, 회원국 전체 국민에게 손해를 발생시키고자 했다. 유럽 내에서 이미 신형차의 가격이 가장 높은 상태에 있는 시장에서 인위적으로 판매가격을 유지시키고자 한 행위는 유럽 경쟁법을 매우 심각하게 위반하는 행위이기 때문에, 이에 대한 적절한 제재 조치가 필요하다”고 Mario Monti는 강조했다. 그는 또한 중개상들의 가격설정의 자유를 보호하는 것이 주요 이유라고 덧붙였다.

이번 폭스바겐사 사건은 유럽위원회가 어느 소비자로부터 제기된 소장파, 이에 대하여 폭스바겐사가 밝힌 공식 입장에 기초한 서류들을 접수하면서

시작되었다. 이 서류들에 따르면 1996년과 1997년에 폭스바겐사가 독일 내의 중개상들에게 신형 파사트를 권장가격 및 정해진 할인율 이하로는 판매하지 말도록 촉구하는 몇 번의 회람문을 보냈다는 것이다.

이 신형 모델은 1996년 10월(리무진 형)과 1997년 6월(왜건 형)에 각각 독일 시장에서 판매되기 시작했다. 이 당시 폭스바겐사는 중개상들에게 회람문들을 보냈는데, 거기에는 자신들이 정한 가격으로 판매할 것을 경고하는 내용과 이 지시를 위반할 경우 중개상계약을 해지하겠다는 위협적인 내용이 담겨 있었다.

이러한 통지문을 보내기에 앞서서, 폭스바겐사는 수많은 중개상들이 정해진 권장소비자가격이하로 신형 모델의 주문 제의를 받고 있다는 사실을 이미 알고 있었다. 폭스바겐사는 중개상들의 이윤을 보장해 주고 새로운 모델에 대한 브랜드 이미지를 유지하기 위해 이루어진 불가피한 조치였다고 함으로써 자신들의 행위를 정당화하고자 했다.

가격고정은 유럽공동체조약 제81조 제1항a에 위반되며, 자동차 유통 및 서비스에 적용되는 일괄예외 규범인 No. 1475/95 제6조제1항6호의 “블랙 리스트”에 해당된다. 이 규정에 따르면, “제조자가 …… 직접 또는 간접으로 제품소매계약에 있어서 중개상들의 가격 및 할인율 결정의 자유를 제한” 하는 경우에는 예외조항이 적용되지 않는다고 하고 있다.

그러므로 이 규범은 중개상들의 적절한 할인율을 포함한 가격경쟁을 통하여 유럽소비자들의 권리를 보호하고 있

는 것이다. 그런데 거의 3년간에 걸쳐 폭스바겐이 행한 조치들은 독일 내에서 신형 모델인 파사트의 가격을 인위적으로 인상했으며, 이를 계속 유지하도록 만들었다. 이 기간 동안 독일 내에서 파사트가 4십만 대가 팔렸는데, 소비자들은 이를 구입하면서 인위적으로 인상된 가격을 지불해야만 했다. 이러한 폭스바겐사의 조치는 또한 독일로부터의 수출을 둔화시키고, 반대로 독일 내로의 수입을 증가시키기도 했다.

폭스바겐사의 조치의 목적은 재판매 가격을 고정시킴으로써, 신형차를 할인된 가격에 판매할 수 있는 중개상들 간의 경쟁에 대한 본질적 요소를 제거하려는 것이었다. 자동차 중개상들이 통상적으로 정해진 할인율에 따라서 소비자들에게 신형 차를 판매함에 따라, 폭스바겐사의 중개상들에 대한 지시는 통상적인 상관관에서 벗어나 중개상들을 강제하여 가격경쟁을 제한하거나 없애려는 노력으로 보여질 수 있다. 독일 내 폭스바겐사의 모든 중개상들과 관련이 있는 이 문제의 조치는 독일 내 폭스바겐사 중개상들간뿐만 아니라, 독일 내 폭스바겐사 중개상들과 외국 폭스바겐사 중개상들간의 상표내 경쟁을 제한하는 것을 목적으로 하고 있다. 서비스의 질에 관한 경쟁과 함께, 판매가격에 관한 경쟁은 어느 중개상이 다른 중개상과 경쟁할 수 있는 매우 중요한 수단이다. 이러한 행위는 경쟁을 심각하게 방해하며, 따라서 경쟁법을 위반하게 된다.

폭스바겐사의 파사트는 동급의 다른 모델들과 비교해 볼 때, 독일에서는 매우 대중적인 모델로 인식되고 있다. 이

런 모든 사정을 고려해 볼 때, 폭스바겐사에 의해 취해진 조치는 가격경쟁을 명백히 제한한다는 결론에 이르게 된다.

과징금을 결정함에 있어서, 위원회는 폭스바겐사의 전체 제품 범위 중에서 하나의 모델이 법 위반을 했다는 사실을 고려했다. 그러나 이 모델이 독일 내 자동차 시장에서 차지하는 비중은 매우 크다. 그리고 폭스바겐사가 작성한 통지문은 독일 내 모든 폭스바겐사의 중개상들에게 보내졌다. 이는 파사트 차종과 관련 있는 모든 중개상들에게 이 통지문이 전달되었음을 의미한다. 법 위반의 지리적 범위를 고려함에 있어서는, 위원회는 폭스바겐사의 조치가 회원국 중의 하나(독일)에 주로 영향을 미쳤음을 고려했다. 그러나 독일은 EU내 전체 자동차 판매시장에서 큰 비중을 차지하고 있다는 것도 고려했다. 또한 이 조치는 기타 EU 회원국들의 소비자들에게도 영향을 미칠 수 있는 것으로 보였다.

2001. 5. 30. 유럽위원회 발표

영국

제약회사, 공정거래청(OFT)에 의해 최초로 과징금 결정

캠브리지에 소재하는 제약회사가 시장지배적지위의 남용으로 321만 파운

드의 과징금을 부과 받았다. 이것은 OFT가 경쟁법에 근거하여 부과한 최초의 금전적 벌칙이다.

Napp Pharmaceuticals사는 지속성 모르핀(morphine, 상품명MST)을 병원에 대하여 경쟁업자의 침입을 저지하는 할인 수준에서 판매하는 한편, 일반환자에 대하여는 현저히 높은 가격으로 판매하였다. Napp사의 행위는 영국 국내거래에 영향을 주는 시장에서 시장지배적지위의 남용을 금지하는 1998년 경쟁법 제2장에 위반되는 것으로 판단되었다.

제재금에 덧붙여 OFT는 특히 다음의 방법에 의한 위반행위를 중지할 것을 Napp사에 요구하는 명령을 하였다는 제안을 통지하였다.

- 즉각 대중에 대한 MST 전체 가격을 낮추고 대중에 대한 판매가격이 병원에 대한 가격을 상회토록 할 것 -

OFT는 상기 제안에 관한 Napp사의 의견을 검토하고 지체없이 이에 대한 결정을 발표할 예정이다.

Napp사는 명령이 지켜지고 있는지를 감시할 수 있는 정보를 OFT에 제공할 것을 요구받게 될 것이다.

John Vickers 공정거래청 장관은 금일 다음과 같이 언급했다.

「병원에 대한 Napp사의 할인방침은 경쟁사의 제품을 반경쟁적인 표적으로 삼음으로써 지속성 모르핀시장에서 경쟁을 저해하였다. Napp사가 경쟁사와 경쟁한 병원계약의 입찰에서 90% 이상의 할인이 제외되어, 적어도 1사의 경쟁업자가 시장으로부터 퇴출되는 것이 불가피하게 되었다.

Napp사는 시장에서 병원부문을

90%이상 장악함으로써 일반환자에게 지속성 모르핀을 판매하는 매우 큰 시장에서도 마찬가지로 높은 점유율을 유지할 수 있었다. 이것은 일반 개업의 의 처방전이 병원에서 사용된 브랜드에 강하게 영향을 받기 때문에 가능했던 것이다.

대중가격은 극단적이며, 일반적으로 Napp사의 병원가격의 10배 이상, 또한 MST의 수출가격의 6배에 이르렀다. 우리는 제안된 가격인하로 NHS(영국국민건강보건)에 직접적으로 연간 약 200만 파운드의 절약을 가져다 줄 것으로 추산하고 있다. 장기적으로 보면 경쟁의 촉진은 NHS 및 납세자에게 절약을 가져다주게 된다.」

2001. 3. 30. 영국공정거래청 발표

독일

독일채신국의 소포서비스 부문을 독점적인 보통우편으로부터 분리

유럽위원회는 독일Post AG(DPAG)에 대한 반독점여부를 조사한 결과 독일의 우편사업자가 업무용 소포서비스 시장에서 충성리베이트를 주고, 약탈적 가격을 행사함으로써 지배적지위를 남용하였다고 결론지었다. 심사 결과 DPAG는 업무용 소포서비스를 하는 별도 법인을 설립하도록 하였다. DPAG와 새로운 회사가 상호간에 제

공여된 충성리베이트가 유럽공동체법원에 의해 반복된 위반으로 인정되고, 본 건이 대단히 장기간에 걸쳐 계획되어 행하여졌다는 사실을 고려하여 유럽위원회는 본 건 남용행위에 대해 2,400만 유로의 과징금 부과를 타당한 것으로 생각하고 있다.

2001. 3. 20. 유럽위원회 발표

독일 연방카르텔청, 제10회 국제 카르텔 컨

독일 연방카르텔청은 1982년 이래 지속되고 있는 국제 카르텔컨퍼런스를 지난 5월 21일과 22일 양일간에 걸쳐서 베를린에서 개최했다. 여기에는 50여개 국가에서 온 약 300여명의 경쟁법·정책 전문가들이 참가하여 경쟁법과 경쟁정책에 있어서의 현안문제들에 대해 논의했다. 올해는 “새로운 경제에 있어서 경쟁-변화의 원동력으로서 인터넷”이라는 주제로 개최되었다.

울프 뵈게(Ulf Boge) 연방카르텔청장은 “인터넷이 그 발전의 초기단계에 있기는 하지만, 이와 관련된 기본문제들을 찾아내서 해결책을 강구해야 한다. 인터넷의 속성상, 전세계에 걸쳐 경쟁원칙을 관철시키고자 하는 것과 장래 우리 법의 적합성이 문제될 것이다”라고 말했다.

이 컨퍼런스는 “인터넷-새로운 전략적 요소”와 “인터넷 경제에 있어서 경쟁의 보호”라는 두 개의 소주제로 나누어서 논의되었다.

첫 번째 주제토론에서는 시장참가자의 관점에서 본 경쟁요소로서의 인터넷이 중점적으로 다루어졌다. 인터넷이라는 새로운 경쟁요소를 사업자가 반드시 고려해야 한다는 점은 분명하다. 문제는 사업자들이 이 새로운 요소를 어떻게 평가하고 있으며, 이 사업자들간에 어떻게 경쟁을 유지시킬 것인가에 있다. 주제발표자에 따르면, 사업자들은 인터넷을 하나의 새로운 미디어이자 새로운 거래분야에서 꼭 필요한 요소로서 보고 있다는 것이다.

두 번째 주제토론에서는 인터넷에 대한 경쟁법적인 평가가 논의되었다. 여기서는 인터넷이 상품시장과 지리적 시장을 확정함에 있어서 인터넷이 미치는 영향이 깊어 다루어졌다. 그밖에도 인터넷으로 인해 시장의 투명성이 제고되는 효과에 대해서도 논의되었다. 이러한 점들이 경쟁을 강화하는데 어떠한 영향을 미칠 것인지에 대해서는 긍정적인 면과 부정적인 면이 모두 존재하는 것으로 보고 있다. 소비자들의 입장에서는 시장이 투명해지는 것을 원칙적으로 긍정적으로 보고 있다. 가격을 비교하기가 보다 쉬워지고 명확해지기 때문이다. 반면에 이러한 시장의 투명성은 공급자들이 서로 공동행위를 할 수 있는 잠재적 가능성을 발생시킨다. 따라서 경쟁제한적인 합의를 양적·질적 확대 또는 경제력집중을 목적으로 하는 협정을 어떻게 막을 것인지 그리고 이러한 경쟁제한의 위험을 방지하기 위해 기존의 수단들을 어떻게 보완할 것인지가 문제점으로 지적되었다. 이와 함께 국경을 초월하는 인터넷의 특성상 외국 경쟁당국

들과의 공조가 점점 더 중요해질 것으로 내다봤다.

2001. 5. 독일연방카르텔청 발표

호 주

CD의 병행수입 : 소니, 연방법원에 약속을 제시

Sony Music Entertainment (Australia) Limited 및 Sony Music Entertainment Holding (Australia) Pty Limited는 금일, 연방법원에 약속을 제시하였는데, 시장 지배력의 남용 혐의로 Australia 경쟁 소비자위원회(ACCC)가 제기한 소송비용의 일부를 부담하는데 동의한 것이다. ACCC는 Sony가 법원에 제시한 약속의 결과로 해외로부터의 CD(해적판 CD를 제외)를 수입할 기회가 늘어날 것으로 기대된다. 수입 CD는 심한 가격경쟁력을 가져오므로 써 기업은 잘 팔리는 CD에 대하여서는 심한 가격경쟁을 하게 될 가능성이 있다. 수입된 소니의 CD를 판매하는 소매업자에 대한 제재의 위협이 제거되고 소비자가 경쟁적인 가격으로 광범위하게 상품에 접근할 수 있게 된다.

ACCC는 주요 레코드회사가 병행수입품을 구입한 소매업자에 대하여 거래상의 이익공여를 중지할 것이라는 위협을 주고 있다는 보고를 받고 1998년 이들 주요 레코드회사의 행위

에 관하여 조사를 개시하였다. 그 결과 레코드회사가 병행수입품을 구입한 소매업자에 대하여 상품의 공급중지를 한 사례가 있었다고 주장하였다. 1999년 9월 소니, 유니버설 및 워너 각 사에 대한 별건의 심사절차가 개시되었다. 소니에 대한 심사는 워너 및 유니버설에 대한 혐의와는 별개의 것이며, ACCC는 소니가 소매업자에 대한 상품의 공급중지를 한 것이 아니고 소매업자에 병행수입CD를 구입한 경우, 거래상의 이익공여를 중지할 것이라는 협박을 하였다는 것이다.

ACCC는 피고 레코드회사 및 동 사 임원 여러 명이 병행수입을 허용하는 저작권법의 개정에 따른 오스트레일리아의 도·소매업자에 의한 녹음음악의 수입을 방해할 것을 기도하고, 1974년 거래관행법에서 규정한 몇 가지의 제한적거래관행 조항에 위반한 것으로 주장하였다. 해당 조항은 경쟁을 실질적으로 감소하게 되거나 또는 배타적 취급 및 시장지배력의 남용에 해당하는 계약, 체결, 약속, 합의에 관한 제45조, 제46조 및 제47조이다.

소니는 책임을 인정하는 것을 유보하고 법원에 다음의 약속을 제시하였다.

소니는 2년 동안 소니·오스트레일리아의 카다로그에 기재되는 녹음음악을 포함 「저작권침해에 해당하지 않는 복제품」을 대체적 공급업자로부터 구입하려 하거나 또는 구입한 것을 가지고 오스트레일리아의 소매업자에 대해 거래상의 이익공여를 중지하는 것을 포함 여하한 행동도 금지한다.

소니는 2년간 오스트레일리아 역외의 비관련유통업자가 녹음음악을 포함

「저작권침해에 해당하지 않는 복제품」을 오스트레일리아 이외의 지역으로부터 오스트레일리아로 수출하는 것을 방해하거나 또는 방해할 목적, 또는 효과를 가지는 어떠한 행동도 할 수 없다.

소니는 ACCC의 이제까지의 소송비용에 대해 20만 호주달러를 공여하고 스스로의 소송비용을 부담한다.

상기 약속에 따라 ACCC는 소니에 대한 소송절차를 종료할 것에 동의하였다. 유니버설뮤직, 워너뮤직, 유니버설사에 속한 3명의 임원 및 워너사에 속한 2명의 임원에 대한 소송절차는 계속 진행된다. ACCC는 상기 임원에 대하여 상당액의 과징금 및 시정명령할 것을 주장하고 있다. 워너 및 유니버설에 부과된 과징금의 최고액은 1건당 100만 호주달러이다. 소송절차는 현재, 시드니연방법원의 hill재판관에 의해 심리단계에 있다.

만약에 소니가 약속을 위반할 경우 동 약속은 법원에 의한 금지명령과 동일한 효력을 가지기 때문에 약속이 지켜지지 않으면 당해 기업은 법정 모욕죄의 위험을 부담하게 되며 이 때문에 약속의 이행은 신용이 중요한 기초가 된다.

2001. 4. 2. 오스트레일리아 경쟁소비자위원회 발표

이탈리아

경쟁당국, 경쟁을 저해하는 서적정가제 반대

이탈리아 경쟁당국은 상하 양원의회의에 대하여 서적정가제와 관련된 보고서를 제출했다. 여기에는 “출판산업 및 출판물에 관한 새로운 규정”을 법제화하려는 정부법안을 수정하는 내용도 포함하고 있다. 이 법안은 올해 2월 7일에 하원에서 발의되어 상원으로 보내진 상태이다.

2000년 11월 28일에 이미 문화부장관(the Minister for Cultural Heritage)에 대해 의견을 제출한 바 있는 경쟁당국은, 정가제의 도입이 출판물의 소매가격을 일반적으로 인상시키며, 책값에 민감하게 반응하는 독자들들과 국민들, 특히 청소년들로부터 책을 멀어지게 하는 요인이 될 것이라고 지적했다.

하원에서 만들어진 법안에 의하면, 교과서에 대해서는 최대 5%의 할인율을 적용할 수 있도록 했다. 그러나 이것은 실제로 다양한 책들 사이에서 선택할 수 있는 충분한 가능성을 제공했던 시장에서의 가격경쟁을 제거해 버린다는 것이다. 더구나 책값이 인상되면 그 결과, 저소득층의 가정들에게 부담을 주는 사회적으로 바람직하지 않은 반향이 일어날 것이라고 지적했다.

이러한 일련의 고려 하에서, 이탈리아 경쟁당국은 서적정가제는 도입되어서는 안되며, 이로써 출판산업에서 경쟁이 제한되고 소비자들에게 피해를 주는 것을 방지할 수 있을 것이라고 했다.

2001. 2. 13. 이탈리아 경쟁당국 (The Competition Authority) 발표